

08. REDEMOCRATIZAÇÃO E IMPRENSA NO BRASIL: O CASO PAULISTA

César Niemietz¹

Introdução

O “Grupo Estado” e o “Grupo Folha” derivam, respectivamente “d’O Estado de S. Paulo” e da “Folha de S. Paulo”, dois dos mais reconhecidos jornais nacionais, e têm origens e trajetórias distintas, sendo o prestígio do primeiro geralmente atribuído à sua tradição – foi fundado no século XIX e, desde então, permanece como propriedade de uma mesma família –, e o do segundo, algo mais recente, adquirido durante o processo de redemocratização do país, que teria contribuído com a formação de uma identidade “pluralista” e “moderna”².

Tendo desfrutado durante muito tempo de posição hegemônica na divisão social do trabalho de produção da notícia, o *Estado* começou a dividir sua influência com a “Folha” durante a década de 1980, sendo posteriormente ultrapassado pelo segundo no que diz respeito à circulação paga e às cifras alcançadas com a venda de espaço publicitário impresso³.

No que concerne à formação dessa identidade “pluralista” e “moderna” assumida pela “Folha”, a bibliografia (cf. TASCHNER, 1992; PINTO, 2012; PILAGALLO, 2012) costuma relacionar o início de tal construção identitária com o final da década de 1970, fortalecendo-se durante a década de 1980 e consolidando-se no início dos anos 1990, paralelamente ao processo de liberalização econômica e redemocratização política do Brasil, período no qual a “Folha” intensificou as reformas na redação que vinham sendo

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo/USP. cesarntz@gmail.com

² Tal imagem é reivindicada pelo jornal, e a literatura sobre o processo, como veremos, parece afirmar o mesmo.

³ “Em abril de 1982, uma matéria afirmava que ‘a *Folha* consolida sua posição como jornal paulista de maior circulação no país’, o que leva a crer que o jornal tenha ultrapassado o *Estado* no cômputo geral do Brasil; essa informação, porém, não pode ser provada, porque os dados apresentados têm como fonte o IVC para o *Estado* e ‘dados do departamento de circulação’ para a *Folha*. Registros oficiais, com circulação da *Folha* auditada pelo IVC, tiveram início em 1984, quando o jornal já vendia mais que o concorrente. Em 1985, ultrapassou o *Globo* e, em 1986, consolidou-se como o de maior circulação média do país” (PINTO, 2012, p.196). Dados da Associação Nacional dos Jornais (ANJ) indicam que hoje a *Folha* permanece sendo o jornal mais vendido do Brasil (fonte: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>, acessado em 01/09/2014).

colocadas em prática desde o final da década anterior, na esteira de um jornalismo “moderno” e “liberal”. Além disso, a renovação da “Folha”, capitaneada por Otávio Frias Filho, estabeleceu uma ampla reforma de cunho “taylorista” (cf. FRIAS FILHO, 2005, p.13) que visava impor à produção da notícia uma lógica disciplinar de vigilância do trabalho semelhante àquela que vinha sendo implementada nas indústrias dos países de capitalismo avançado.

As diretrizes reformistas desenvolvidas nesse período foram conhecidas sob o nome de “Projeto *Folha*”, e passaram a servir tanto à redação da *Folha* quanto, posteriormente, aos demais jornais brasileiros de grande porte, obrigando tradicionais empresas como *Estado*, que até então desfrutavam de posição hegemônica no jornalismo nacional, a reorganizarem sua estrutura de produção. No que diz respeito ao *Estado*, o caso seria sintomático pois, a partir de então, seus donos também reformariam aspectos variados do jornal, buscando, com isso, atenuar a concorrência e aumentar sua abrangência, por meio de novas estratégias que apelavam às parcelas da sociedade não consideradas anteriormente como alvos imediatos de suas campanhas – a exemplo dos leitores “jovens”, que teriam motivado uma significativa reformulação gráfica do jornal (cf. MESQUITA, 2002; SILVA, 2005; PINTO, 2012).

Uma vez que o processo de redemocratização parece ter estabelecido mudanças nos discursos de variados setores da sociedade civil, abrindo um novo universo de possibilidades às diferentes visões sobre o mundo social, as ciências sociais encontraram no tema da redemocratização um terreno fértil de investigação. Nesse sentido, a pesquisa aqui proposta pretende contribuir com o conjunto de estudos sobre o jornalismo impresso que emergiu no país após o fim da ditadura militar, considerando o espaço de produção desses discursos sobre o jornalismo como um local de relações sociais no qual diferentes agentes e instituições foram autorizados ante o espaço social ampliado, de maneira desigual, a classificar o que deveria ser e a quais propósitos deveria servir a prática jornalística.

Introdução ao caso brasileiro

Foi a partir da década de 1950⁴, durante as mudanças advindas da institucionalização dos cursos de jornalismo e comunicação, que a prática jornalística

⁴ No Brasil, o primeiro trabalho de balanço sobre a prática jornalística foi publicado na *Revista do Instituto Histórico Geographico Brasileiro*, em 1908. Posteriormente, tivemos várias análises que defenderam a

passou a ser discutida com algum rigor pelos agentes envolvidos em sua produção. José Marques de Melo, em *Sociologia da Imprensa Brasileira* (1973) afirma que, a partir desse período, surgiu um novo campo de reflexão com diferentes abordagens, análises e conceitos, de forma a possibilitar a constituição de uma linguagem específica do pensamento jornalístico nacional.

O jornalismo brasileiro dos anos 1950 foi defendido pelos seus principais teóricos como uma atividade que deveria atender aos imperativos morais da doutrina liberal, tendo no jornalista e político Carlos Lacerda o exegeta e divulgador apaixonado de tais princípios. Em *A Missão da Imprensa*, publicado em 1950, o ex-governador do estado da Guanabara atribuía ao jornalista uma função social “civilizatória”, que deveria visar a constante e progressiva melhoria da sociedade, de modo a restituir ao homem seu “natural pendor para a bondade e o amor, o uso do seu livre-arbítrio, de sua razão e de sua inclinação para o reconhecimento do bem”, desempenhando uma “missão” para com a sociedade (cf. LACERDA, 1990 [1950], p.37).

O golpe militar de 1964 mudaria sensivelmente o tom das reflexões sobre o jornalismo no Brasil. A partir de então, segundo Marques de Melo (2006), os jornalistas e seus pensadores “orgânicos” orientariam suas atividades para questões sobretudo de ordem “técnico-editoriais”, devido ao significativo aumento da censura, fazendo com que os diferentes trabalhos publicados assumissem o caráter de manuais técnicos ou de textos didáticos, de modo a fornecer suporte “politicamente neutro” à profissionalização do jornalismo.

Com a posterior distensão do regime militar e o início do processo de abertura política do final da década de 1970 e começo dos anos 1980, veríamos despontar uma terceira frente de discussão sobre o papel dos jornais nas sociedades democráticas, de assumido caráter “político-ideológico” (cf. MELO, 2006). No plano acadêmico, como salienta Renato Ortiz (1993 [1988]), começaram a surgir nesse momento os primeiros escritos que procuravam investigar os meios de comunicação de “massa”. No bojo de tal movimento, modificou-se a postura no que diz respeito ao jornalismo enquanto objeto de reflexão, a exemplo dos trabalhos de Cremilda Medina (1978) e Ciro Marcondes Filho (1986), nos quais é possível observar uma crítica mais contundente da relação entre os

importância de tomar os jornais como objeto de reflexão. Gilberto Freyre, por exemplo, reivindicou o estudo sistemático da imprensa – a “anunciologia” – como uma contribuição originalmente brasileira para as “Ciências do Homem” (FREYRE, 2010 [1963], p.23), utilizando essa abordagem original em muitos de seus estudos sobre a cultura brasileira. Todavia, se seguirmos as afirmações de Sérgio Miceli (cf. MICELI, 1987) podemos considerar que tais análises foram marcadas pelo autodidatismo e pela ausência de sistematização de um método consistente.

meios de comunicação e a luta contra o autoritarismo, influenciados notadamente pelos escritos da Escola de Frankfurt que, ao lado do pensamento de Gramsci (cf. ORTIZ, 1993, p.16), começavam a fazer parte do corpus discursivo sobre o tema no Brasil⁵.

Deve-se lembrar que muito antes disso e em outro contexto, em artigo pouco discutido intitulado *Sociologia da Imprensa*, Max Weber já considerava o jornalismo como uma empresa capitalista e privada, criadora de um âmbito público, possibilitada pela emergência do capitalismo moderno (cf. WEBER, 2002 [1910]). Nesse sentido, pode-se afirmar que a relação entre imprensa, espaço público e capitalismo faz parte da bibliografia sociológica desde seus clássicos, não se limitando a eles, já que sociólogos contemporâneos de diferentes cepas deram continuidade à questão.

Para Erick Neveu (2006), uma das características constitutivas do jornalismo enquanto profissão é a sua fraca institucionalização. Segundo o sociólogo, a prática jornalística é difícil de ser compreendida sob a ótica funcionalista, orientada por critérios tradicionais de reconhecimento formal – posse ou não de diplomas. Para ele, a análise sociológica do jornalismo deve considerar a complexidade específica dessa profissão, de modo a situá-lo em uma região de “fronteira” (*frontier*) (cf. NEVEU, 2006, p.36), percebendo que prescinde de um limite balizado e controlado. Essa ausência de fronteiras bem demarcadas para o exercício da prática jornalística acabaria fazendo com que o reconhecimento do jornalista se desse menos a um curso longo e seletivo, e mais a outros recursos sociais, como “qualidade de expressão, visibilidade social, proximidade dos poderosos, coragem do correspondente de guerra, etc.” (Ibid., p.39).

No decorrer do processo de redemocratização ocorrido no Brasil durante a segunda metade dos anos 1980, a questão do exercício público da prática jornalística e de sua profissionalização parece ter adquirido lugar de destaque entre os argumentos mobilizados por aqueles que dela se ocuparam. O jornalista Clóvis Rossi, em obra de referência sobre o fazer jornalístico, afirmou que o fim da ditadura no Brasil teria imposto às redações um novo padrão editorial, definido por ele como o “fim da boemia”:

Houve um momento em que o jornalista era, frequentemente, um escritor frustrado. Apanhava um fato qualquer, jogava sobre ele a sua real ou suposta veia literária, descrevia-o quase livremente e dirigia-se ao bar da esquina para a interminável conversa a respeito da vida. Não havia horário de fechamento, não havia a concorrência do rádio e da televisão [...] E o universo de assuntos era

⁵ Encontramos o tom dessa perspectiva na seguinte passagem de Ciro Marcondes Filho (1983): “É exatamente na utilização da notícia [...] que se manifestam os processos menos democráticos de formação de opinião, porque os jornais são epifenômenos das grandes correntes de opinião, conduzidos pelas classes em conflito, classes essas que carregam, cada qual, grupos em constante disputa pelo poder. Os jornais são como pontas de icebergs, que no nível externo representam a democracia formal na qual todos seriam iguais e, no fundo, escondem o poder político ou econômico que os sustenta, que é incomparavelmente diferente de um jornal para outro em relação ao seu tamanho e importância” (MARCONDES FILHO, 1983, p.37).

limitado: política, polícia, esporte, um pouco de cidade [...] O salário não importava tanto pois o jornalismo era mais um bico do que uma profissão [...] Acabou-se, também, a fase do jornalista que combate a censura ou a ditadura. Não há mais censura nem ditadura (ROSSI, 1986, p.16).

Esse término de um ideal romântico, ao que parece, teria relação com o início de uma nova fase marcada pela ênfase no discurso empresarial, aliada à aceitação explícita das regras do mercado, que passaria a constituir o discurso interno dos grandes jornais e dos pensadores do jornalismo. Carlos Lins da Silva (1986), por exemplo, afirmou que a economia de mercado deveria ser assimilada definitivamente como norteadora da prática jornalística, já que, segundo ele, “escandalizados ou não” (SILVA, 1986, p.62), os jornalistas trabalhariam para empresas que tem como objetivo principal a expansão do lucro. Para ele, os jornais deveriam pensar sobretudo em como “otimizar” sua produção, de modo a satisfazer o maior número possível de “compradores”. Nesse mesmo momento, ao lado de Silva, Otávio Frias Filho, em artigo-manifesto intitulado “Vampiros de papel”⁶, apresentaria tal visão de maneira ainda mais enfática:

De repente ficou difícil continuar sustentando que a imprensa atende aos interesses da ditadura desde logo porque ficou difícil sustentar que existe, neste momento, uma ditadura no país. Para a imprensa a consequência imediata é que ela retorna ao centro do conflito entre os grupos sociais, ao fogo cruzado da sociedade civil onde ninguém fala por todos [...] mas que, pelo contrário, cada um fala tão-somente por si. E se na época da ditadura a fala da imprensa era a – da subordinação ou da resistência inócua, quase maravilhosos os críticos descobrem, agora, que a sua nova fala é a fala do mercado. Se um jornal descola do conjunto dos demais e se antecipa, é por marketing; se um outro adere tardiamente, também. Eis o mais recente abracadabra, capaz de explicar efeitos opostos com recurso a uma mesma causa. A generalidade do procedimento crítico já nos faz suspeitar de que se trata menos de uma explicação do que de uma acusação. Acusar explicando e explicar acusando é uma tradição da crítica política moderna mas nesse terreno há uma tradição bem mais antiga: valem todos os meios disponíveis (FRIAS FILHO, 1984, p.5).

Podemos dizer que os grandes jornais brasileiros do final da década de 1980 se mobilizaram tendo como projeção última não mais uma “missão jornalística”, mas sim o “atendimento das necessidades do público” (cf. ORTIZ, 1993, p.152), de modo que a estrutura da notícia seria definida, agora, pelas regras do discurso publicitário. É importante ressaltar que o *marketing*, enquanto gênero discursivo, procura obter não só a adesão dos agentes aos princípios defendidos, mas também o seu engajamento (cf. BOLTANSKI e CHIAPELLO, 1999). Segundo estes sociólogos, trata-se, também, de uma “literatura de gestão”, que emerge durante a década de 1980 nos países capitalistas, tendo como objetivo principal fornecer aos executivos argumentos que lhes possibilitassem

⁶ O título faz alusão ao mito de Drácula que, à semelhança de um jornal, “não pode entrar numa casa sem antes ter sido convidado; depois dessa primeira vez, contudo, pode entrar sempre que quiser” (FRIAS FILHO, 1984, p.4).

resistir às críticas que lhes seriam destinadas quando colocadas em prática as recomendações dadas pelos economistas neoliberais, fazendo com que eles desenvolvessem uma retórica mais eficiente ante às exigências de justificação nas diversas “arenas sociais” em que teriam de participar. Nesse sentido, a literatura de gestão empresarial deveria “mostrar no que o modo prescrito de obter lucro pode ser atraente, interessante, estimulante, inovador ou meritório” (Ibid., p. 95).

A extensa bibliografia sobre o jornalismo aponta também para a grande complexidade das relações entre os diferentes agentes envolvidos no espaço de produção da notícia. Segundo alguns autores⁷, a hierarquização da empresa jornalística exerceria significativo poder sobre a prática desenvolvida no interior das redações, de modo tal que os jornalistas acabariam por operar de acordo com os condicionantes em jogo nas relações de poder entre seus pares e superiores. Essas relações de poder foram compreendidas por Pierre Bourdieu por meio da noção de “campo”. Segundo ele, a prática jornalística estaria circunscrita a uma lógica específica, propriamente cultural, que se apresentaria aos jornalistas “através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissional” (BOURDIEU, 1997 [1996], p. 105). Os escritos de Pierre Bourdieu sobre o jornalismo e os jornalistas se orientam, de maneira geral, por duas questões fundamentais. De um lado, haveria, segundo ele, a influência que o mercado exerce sobre o jornalismo, por meio de sanções diretas da sua “dupla clientela” – os consumidores de jornal e os anunciantes. De outro, haveria também a influência que o jornalismo possui sobre outros campos, resultando em um “efeito de intrusão” em domínios alheios aos limites do seu espaço originário de produção. Tal relação tenderia a reforçar o poder simbólico dos agentes e das instituições “situados na proximidade do polo mais sujeito ao efeito do número e do mercado” (Ibid., p.109)⁸.

Durante a década de 1980, importantes trabalhos de epígonos bourdieusianos contribuíram para a análise crítica do jornalismo e da mídia em geral. Tais análises seriam marcadas, segundo o sociólogo Cyril Lemieux (2001), pela preocupação em romper com o senso comum associado ao liberalismo político, segundo o qual “os meios modernos de comunicação devem necessariamente conduzir a mais democracia e a um acesso mais fácil por parte dos cidadãos ao conhecimento científico do mundo social” (LEMIEUX, 2001, p.

⁷Destaco: Robert Darnton (1995 [1990]), Serge Halimi, (1997); Jacques Bouveresse (2001) e Marilena Chaui (2006).

⁸ Esse último aspecto também foi investigado por mim em trabalho sobre a relação *dóxica* entre os experts da educação profissional no Brasil e a imprensa nacional (cf. NIEMIETZ, 2012).

210, tradução própria)⁹. Entre os estudos que mais se destacaram estão os de Louis Pinto (1981; 1984), com ênfase nas relações entre os intelectuais e a imprensa, e de Patrick Champagne (1971; 2007), sobre as condições sociais de recepção das mensagens televisivas. Esses dois autores desenvolveram e problematizaram a questão do jornalismo e da mídia utilizando a noção de “campo”, animando desde então diferentes pesquisas sobre o tema, publicadas, entre outros meios, na *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*.

Delimitação do problema de pesquisa e hipóteses

A conversa na *Folha* transpirava o espírito liberal burguês da empresa. O velho Octavio Frias presidia a mesa de almoço [...] como quem preside uma mesa de debates: equidistante das opiniões em discussão, bem-humorado e – penso eu – entusiasmado pelo fato de estar ali, como garantia para um agradável entrechoque de ideias. Todo mundo disse o que quis, mas ninguém tinha dúvidas quanto a saber onde estava o bastão do comando [...] Dizer que Frias é um burguês e que os Mesquita são aristocratas é mais do que um clichê. É uma constatação sociológica sobre estilos e maneiras. (WEFFFORT, 1984, s/p).

A descrição que Francisco Weffort faz da personalidade “burguesa” dos donos do jornal *Folha*, em oposição ao caráter “aristocrático” da família Mesquita, proprietária do jornal *Estado*, serve para delimitar inicialmente o objeto de pesquisa aqui proposto, ou seja, o papel que o jornal da família Frias assumiu no espaço de produção jornalística no caso brasileiro. Enquanto o *Estado* seria historicamente visto como um jornal de “longa permanência”, avesso às transformações e pouco disposto a grandes renovações internas (cf. CAPELATO, 2003), a *Folha* trouxe consigo desde seu início o signo da mudança, já que a constante reformulação de suas páginas seria considerada um dos seus aspectos mais “marcantes” (cf. SEVCENKO, 1985, p.13).

Criada em 1921, a *Folha* passou por diferentes proprietários até ser comprada definitivamente em 1962 pelos empresários Octavio Frias de Oliveira, Carlos Caldeira Filho e Caio de Alcântara Machado – tendo este último desistido da sociedade poucos meses depois. Os dois sócios restantes deram continuidade ao negócio das notícias traçando um plano de melhoria da situação financeira do jornal, centrado em quatro pontos principais que conduziriam, segundo eles, à maior equidade em relação ao prestígio na época desfrutado pelo *Estado*: melhoria da distribuição, expansão empresarial, modernização tecnológica e disputa por anunciantes (cf. PINTO, 2012).

⁹ No original: «selon lesquelles les moyens modernes de communication doivent nécessairement conduire à plus de démocratie et à un accès plus facile pour les citoyens, à la connaissance scientifique du monde social» (LEMIEUX, 2001, p.210).

Nesse contexto de mudanças, o jornalista Cláudio Abramo, recém demitido do *Estado*, foi convidado no mesmo ano para trabalhar na *Folha*, em 1963. O prestígio que ainda desfrutava devido à sua atuação no *Estado* fora reconhecido por Octavio Frias de Oliveira, que via na presença de Abramo a possibilidade de aumentar a credibilidade do jornal diante dos leitores, pois, segundo ele, “ter na redação um homem que foi secretário do *Estado* era um ganho de *status*, de capacidade jornalística muito importante” (FRIAS de OLIVEIRA apud PINTO, 2012, p.47). Após ser contratado pela *Folha*, Abramo imprimiu sua marca modernizadora em pequenas reformas que mudaram sensivelmente a formatação adotada pelo jornal, além de reestruturar a “Página Três”, que passou a trazer aos leitores debates e ideias de diferentes personalidades de destaque nas arenas públicas, a exemplo de Glauber Rocha, Alberto Dines, Fernando Henrique Cardoso e Miguel Arraes. O resultado de tal reformulação político-editorial foi sentido já nos anos seguintes, fazendo com que a tiragem do jornal subisse significativamente de 200 mil exemplares diários para 300 mil¹⁰.

Reconhecido como “de esquerda” pelos militares que tomaram o poder com o golpe de 1964, Abramo foi destituído da direção da *Folha* – além de outros jornalistas como Lourenço Diaféria – por exigência do então ministro do Exército, Silvio Frota, que via na posição política assumida pelo jornalista uma afronta ao regime militar. Pode-se dizer que a saída de Abramo do jornal marcou uma importante ruptura com a forma de fazer jornalismo que até então vigorava no interior da redação da *Folha*¹¹.

Entre os anos de 1977 e 1984, o lugar de Cláudio Abramo foi ocupado por Boris Casoy, jornalista de posições políticas mais conservadoras, que apoiou o golpe e partilhava um bom relacionamento com os militares. Ao que parece, a opção por Casoy seria fruto de um cálculo empresarial feito por Octavio Frias de Oliveira, visando apagar a imagem esquerdista associada a Abramo. A ideia inicial era criar as condições favoráveis para que o filho de Frias de Oliveira assumisse os negócios da família – o primogênito Otávio Frias

¹⁰ Pode-se ler na primeira página da *Folha* de 16/06/1977 : “Por pressão da maioria das 5.800 bancas distribuidoras de jornais e revistas que formam a rede de pontos de venda da *Folha* de S. Paulo na Capital e no Interior, este jornal passará a circular com mais de 300 mil exemplares no próximo domingo, 19 de junho [...] A conquista desse recorde [...] traduz o elevado padrão jornalístico pela *Folha* de S. Paulo”.

¹¹ O legado de Cláudio Abramo marcou a geração de jornalistas das décadas de 1960 e 1970 (cf. CARTA, 1989; NASSIF, 2003). Autodidata de formação clássica e humanística, adquirida em função de uma socialização primária pouco ortodoxa, marcada por posições políticas anarquistas e trotskistas (cf. ABRAMO 1989), Abramo frequentou os círculos intelectuais “modernistas”, tornando-se amigo de influentes figuras dos meios culturais, como Di Cavalcante, Oswald de Andrade, Mário Pedrosa, Flávio de Carvalho, entre outros. Em posterior homenagem, o sociólogo Florestan Fernandes escreveu sobre o amigo Cláudio Abramo que este personificava o tipo ideal de “jornalista engajado”, militante da prática jornalística e atuante na mudança social de um “mundo histórico atrasado e colonizado” (cf. FERNANDES, 1995, p.170), e também contra as diferentes formas de dominação a que o homem comum estaria submetido.

Filho, que já vinha exercendo influência significativa no cotidiano da *Folha* nos últimos dez anos (cf. FRIAS FILHO, 1987; PINTO, 2012). Todavia, foi apenas em 1984 que o herdeiro assumiu de vez o cargo de direção do jornal, trocando o ambiente universitário da Faculdade de Direito da USP pelo da redação da *Folha*, para dedicar-se ao *métier* jornalístico da empresa paterna.

Do ponto de vista da trajetória¹² de Frias Filho, é importante ressaltar a influência anterior que Abramo exerceu sobre seu aprendizado intelectual dentro do jornal. Em entrevista a Dante Mattiussi e Paulo Markun para a primeira edição da *Revista Imprensa*, de 1987, Frias Filho reconheceu a contribuição que o velho jornalista teve em sua formação:

Imprensa – Onde é que você aprendeu jornalismo?

Otavio – Eu aprendi aqui, com o Cláudio Abramo.

[...] Imprensa – Como foi esse aprendizado com o Cláudio?

Otavio – Eu conheci o Cláudio quando era pequeno, no começo da adolescência. Eu tinha 11, 12 anos. Eu vinha ao jornal, tinha alguns contatos com ele, depois mais tarde ele orientou uma porção de leituras, me deu uma porção de livros para ler.

Imprensa – Você se lembra de algum?

Otavio – Lembro que quando fiz 18 anos ele me deu os três volumes de *O Capital*, em francês, e me disse: ‘Agora você já é maior, já pode ler essas coisas’. Porque antes ele se recusava a me dar livros que fossem controvertidos.

Imprensa – Você leu?

Otavio – Não, não li. (FRIAS FILHO, 1987, p.33).

A relação entre os dois foi marcada por uma profunda ruptura de concepções a partir do momento em que Frias Filho assumiu o cargo de diretor geral de redação, passando a se opor de maneira contundente ao paradigma de jornalismo defendido por Abramo¹³. Frias Filho defendia, na época, uma necessária e profunda mudança nos rumos da empresa *Folha*, de modo a integrar o sistema de produção das notícias aos modernos preceitos gerenciais que começavam a ser adotados de maneira mais enfática pelos empresários paulistas do período (cf. FRIAS FILHO, 2005, p.13). A partir dessa preocupação, Frias Filho definiu um plano de renovação do jornal, conhecido posteriormente como “Projeto *Folha*”¹⁴ e veiculado por meio de uma série de documentos

¹² Diferente da “história de vida”, a noção de “**trajetória social**”, em seu uso bourdieusiano, pressupõe uma série de “positions successivement occupées par un même agent (ou un même groupe) dans un espace lui-même en devenir et soumis à d’incessantes transformations” (BOURDIEU, 1986, p. 71).

^{12 13} Esse paradigma seria mais alinhado a um tipo de jornalismo mais informativo, e não alinhado exclusivamente com as pressões do mercado de notícias.

¹⁴ Daqui em diante utilizaremos “Projeto” para nos referirmos a esse “Projeto *Folha*” capitaneado por Otávio Frias Filho durante o final da década de 1980.

de circulação interna e artigos publicados para o grande público nas páginas do diário. Tal proposta estabeleceu uma nova padronização da prática jornalística no interior da *Folha*, consolidando o poderio do jornal durante o período seguinte, marcado pela transição política imposta pelos militares e pela redemocratização das instituições políticas.

Entre as principais mudanças trazidas pelo “Projeto”, destacou-se a intensificação de textos curtos, o uso intensivo de gráficos e tabelas e uma organização mais racional e metódica da atividade produtiva na redação jornalística, pautada pelo uso rigoroso do *Manual de Redação*. Sintoma dessa postura “renovadora” foi a substituição imediata de vinte e sete jornalistas – dez por cento da redação de São Paulo – que, segundo as novas normas, não estavam aptos para trabalhar com as tecnologias recém adquiridas pelo jornal, o que gerou intensos conflitos com o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo (cf. PINTO, 2012).

Além disso, se a gestão de Casoy teria praticamente excluído as opiniões das páginas da *Folha*, procurando com isso não desagradar os militares¹⁵¹⁵, a mudança proposta por Frias Filho na segunda metade dos anos 1980 tomou o *slogan* “jornal crítico, pluralista, apartidário e moderno” como norteador de sua campanha de *marketing* (cf. FOLHA, 1984). Trata-se, segundo Ana Estela de Sousa Pinto, de uma postura semelhante a uma “metralhadora giratória” (PINTO, 2012, p.76):

A metralhadora do jornal irritaria os leitores ao dar a manchete “Médicos esfriam Tancredo” quando o presidente eleito se encontrava hospitalizado; ao publicar fotos de modelos nuas em uma feira de utilidades domésticas; e ao defender *Je vous salue, Marie* (1985), de Jean-Luc Godard, condenado pela Igreja Católica e proibido pelo governo [...] Até no futebol a *Folha* conseguia polemizar. Na Copa do Mundo de 1986, foi chamada de impatriótica por afirmar que o juiz de um jogo havia errado em benefício do Brasil (Ibid., p.80)

À medida que os anos 1980 avançavam, os procedimentos adotados pela *Folha* tornavam-se cada vez mais concordes com as mudanças despontadas com o fim do regime militar. O período de abertura política que marcou a segunda metade da década de 1980 trouxe consigo um universo de possibilidades renovadas para os intelectuais e o empresariado nacional, resultado da crescente democratização política e da liberalização econômica que ganhava força. O papel vacilante que os empresários – incluindo os donos de jornais – haviam até então adotado durante o regime militar, foi colocado em cheque

¹⁵ Sobre o contexto em que teria assumido, Boris Casoy diz: “Como a pressão externa era muita, não sobrou opção senão a de aperfeiçoar o noticiário e melhorar o texto, visto que a opinião não era tolerada” (CASOY, apud CAPELLATO e MOTA, 1983, p.236). Vale ressaltar que a atuação da *Folha* durante a ditadura teria sido marcada por uma grande passividade ante as arbitrariedades dos golpistas. O próprio Otávio Frias Filho, em depoimento a Gisela Taschner, afirmou que “a *Folha* lutou pouco contra a censura. Ela inclusive não sofreu censura (...) A *Folha* acatou, enquanto os outros jornais, *Estado*, enfrentaram a censura, tiveram censor na redação” (FRIAS FILHO apud TASCHNER, p.118, 1992).

com as novas demandas sociais e econômicas que começaram a surgir nos anos finais da ditadura. Fernando Henrique Cardoso, em artigo publicado na *Revista Dados*, afirma que o empresariado só começou a participar do debate sobre a abertura quando as “reuniões de professores e pesquisadores na Sociedade Brasileira de Ciência, os protestos contra a tortura (como o episódio da morte do jornalista Vladimir Herzog) levados a cabo pela Igreja Católica, por alguns sindicatos, pelos estudantes, jornalistas e advogados” (CARDOSO, 1983, p. 21) já sinalizavam uma possível abertura para as discussões contra o regime.

Talvez nesse contexto seja possível localizar a possibilidade de emergência do “Projeto” levado a cabo por Otávio Frias Filho. Analisando o período em questão, o cientista político e futuro secretário de redação da *Folha*, André Singer, afirmou que:

A *Folha* [...] adota em 1974 a decisão de se tornar competitiva no que diz respeito à influência sobre a opinião pública. O interessante é que essa decisão da *Folha* tem tudo a ver com o início da abertura política. De acordo com o que está registrado na própria *Folha*, esse passo decorreu de um encontro entre o *publisher* da *Folha*, Octavio Frias de Oliveira e o general Golbery do Couto e Silva, em janeiro de 1974 [...] O fato é que Golbery comunica naquele encontro, em primeiro lugar, que haverá uma abertura política efetiva. Em segundo, que interessa ao governo que não haja apenas um jornal importante em São Paulo [...] os dois comunicados são relevantes. Eles revelam que o novo governo considerava importante, para levar adiante a abertura, estabelecer vínculos com determinados veículos de comunicação (SINGER, 1986, p.52)¹⁶.

Nesse sentido, podemos retomar a perspectiva de Bourdieu para lançar luz sobre tais acontecimentos. Segundo o sociólogo, as mudanças vividas por grupos ou agentes tende a obedecer um processo de colocações e deslocamentos no espaço social, pois que a dinâmica das estruturas de distribuição dos diferentes capitais em jogo acaba orientando o sentido dos movimentos que conduzem de uma posição a outra¹⁷.

Sobre as mudanças trazidas no bojo do “Projeto”, o jornalista Luís Nassif (2003) afirma que o mote “de rabo preso com o leitor” traduz perfeitamente o espírito que animava a proposta da *Folha* no final da década de 1980. Segundo Nassif, a principal ideia que a campanha de *marketing* do jornal gostava de apresentar aos seus leitores era a de que suas páginas atendiam exclusivamente aos “direitos difusos do cidadão”. Nassif defende a tese de que o “Projeto” operou uma ampla renovação que não se restringiu apenas à redação da *Folha*, mas que influenciou, de diferentes maneiras, outros grandes jornais do

¹⁶Em 1974 podemos afirmar que essa ideia era ainda uma proposta, sendo a partir de 1980 que tal acordo começa a tomar corpo.

¹⁷ “C’est dire qu’on ne peut comprendre une trajectoire [...] qu’à condition d’avoir préalablement construit les états successifs du champ dans lequel elle s’est déroulée, donc l’ensemble des relations objectives qui ont uni l’agent considéré – au moins, dans un certain nombre d’états pertinents – à l’ensemble des autres agents engagés dans le même champ et affrontés au même espace des possibles” (BOURDIEU, 1986, p.73).

país. Para ele, com as propostas de Otávio Frias Filho, teria surgido um novo tipo de jornalismo prático e de fácil aplicação, estruturado sobre um conjunto de estereótipos apresentados em linguagem “simplificada”, ao gosto dos leitores:

Havia um estilo editorial provocativo, com matérias não-convencionais, um apelo jovem e desafiador que, em pouco tempo, conferiu à *Folha* a liderança do mercado de opinião do país. Antes de terminar a década, a *Folha* havia superado o *Estadão* em circulação e havia se convertido no maior e mais influente jornal brasileiro. [...] No final dos anos 80 o *Estadão* procedia à sua reforma editorial, e o *Globo* saía da toca para disputar o mercado do jornalismo de opinião. Todos buscavam seguir os princípios consagrados pela *Folha*, como um time mais diversificado de colunistas e um apelo às manchetes fortes, o *Estadão* menos, o *Globo* mais, embora sem a quantidade e a abrangência de posições dos colunistas da *Folha* (NASSIF, 2003, p.16).

Se compararmos a direção de Abramo com a de Frias Filho veremos que parece tratar-se de uma mudança das regras no interior do espaço jornalístico, sendo que o “Projeto” pode ser considerado como algo próximo a uma nova visão de mundo que reconhece formalmente aquilo que a precede – a herança de Abramo – mas que procura impor suas especificidades, contrapondo-se à tradição passada. Novamente retomando a entrevista concedida por Frias Filho à *Revista Imprensa*, podemos observar o próprio autor do “Projeto” reconhecendo sua relação de proximidade e de distância com as propostas de jornalismo de Abramo:

Imprensa – Você acha que o Projeto Folha tem alguma coisa a ver com o Cláudio Abramo?

Otávio – Olha, a contragosto dele, sim. Porque ele detestava. Achava um horror. [...] Imprensa – Você achava o Cláudio um jornalista ultrapassado?

Otávio – Eu não sei o que ele faria se entregassem uma redação para ele, mas em termos de opiniões, de concepções, certamente. Ele próprio escreveu, meses antes de morrer, uma coluna onde, para minha surpresa, dizia “os jovens hoje em dia acham que ser de esquerda ficou fora de moda...”, e completava: “...sabe-se lá porquê”. Vai saber por quê, mas é isso que está acontecendo. Ele era uma pessoa muito presa a certos valores até de natureza familiar. A coisa toda do socialismo, de fazer uma revolução no Brasil. Uma incompatibilidade tão grande em relação ao capitalismo e, ao mesmo tempo, uma impotência tão grande em fazer a revolução, tomar qualquer providência, a favor ou contra o capitalismo (FRIAS FILHO, 1987, p.33).

As críticas ao “Projeto” foram crescendo em número e tom, de modo que outros agentes corroboraram a tese de que as propostas de Frias Filho teriam uma relação conflituosa com a herança do velho Abramo. É possível mesmo sinalizar, como faz Mino Carta (cf. CARTA, 1989), que uma nova geração de jornalistas assumiria o cenário do jornalismo nacional a partir das mudanças provocadas pela *Folha* do final da década de 1980. Carta afirma que a postura adotada por Frias Filho, no que diz respeito ao seu aprendizado com Abramo, estaria próxima a um “afetuoso desvelo”, já que os “novos”

veriam os “velhos” como representantes de defasadas mitologias dos anos 1970 (cf. *Ibid.*)¹⁸.

Considerando os eixos preponderantes dos depoimentos aqui expostos durante o contexto de emergência do “Projeto”, é plausível afirmar que os agentes envolvidos com o jornalismo desse período apresentam diferentes perspectivas sobre o seu significado. Entretanto, parece haver também um consenso no que diz respeito à sua relevância para o desenvolvimento de uma nova forma de praticar o jornalismo no Brasil. Esse “consenso no dissenso” (cf. BOURDIEU; BOLTANSKI, 1976), parece indicar “a possibilidade de uma reconstrução sociológica do espaço de posições – e de distribuição de espécies de capital – no qual os agentes envolvidos se situaram durante o processo”.

Além disso, na interface do “Projeto” com a prática jornalística, encontramos o contexto. Ao examinarmos os argumentos dos agentes que presenciaram a renovação da *Folha* no final dos anos 1980, parece possível explorar a tese que identifica uma relação entre “sua repercussão e as mudanças sociais que o país vivenciaria com possibilidade de implementação de um governo civil-democrático”. Os relatos sobre a prática jornalística no Brasil durante o processo de redemocratização indicam que sua orientação dependeu de diferentes recursos sociais – inclusive simbólicos – disponibilizados com a maior liberalização da política e da economia decorrente da rearticulação dos poderes até então vigentes.

Desse modo, a problemática de pesquisa aqui apresentada circunscreve-se no entendimento do significado do “Projeto” em relação às transformações do espaço jornalístico impresso em São Paulo, no período da abertura democrática da sociedade brasileira. A partir dessa perspectiva, outros problemas se impõem: “quais as possibilidades e limites de considerar as mudanças implementadas pelo “Projeto” em um jogo de lutas composto por sujeitos típicos do jornalismo que disputam novas posições nesse espaço? Criam-se, com o “Projeto”, novas hierarquias a partir do uso de recursos

¹⁸ Nessa linha, Bernardo Kucinski, outro crítico do jornal *Folha*, identifica o processo de implementação do “Projeto” como uma experiência resultante de um “jornalismo torturado”, fruto de “múltiplas rejeições de uma nova geração e, portanto, um processo inerentemente dolorido” (KUCINSKI, 2006, p.75). Segundo ele: “Primeiro, o adolescente Otávio Frias Filho substituindo o pai, Otávio Frias, o homem de negócios que prospera em tempos de ditadura, por Cláudio Abramo, o mentor elegante e culto que o introduziu no mundo do jornalismo e o seduziu para o projeto de modernização do jornal da família. Logo em seguida, o próprio Cláudio Abramo é rejeitado, assim, como outros de seu tempo, afastados de posições-chave ou demitidos da *Folha* de S. Paulo a partir de 1980. São substituídos pela nova geração, na qual despontam muitos antigos militantes do grupo trotskista *Liberdade e Luta*, a famosa *Libelu* [...] Trata-se de um padrão de relações de trabalho coerente com as novas ideologias yuppies, que justificam e enaltecem a luta do indivíduo contra seus companheiros de trabalho, erigindo a competição e o sucesso pessoal como valores superiores, no lugar da solidariedade e da identidade de classe”. (*Ibid.*, p.75)

sociais específicos (formação acadêmica, estudos no exterior, pertencimento social, redes de sociabilidade, etc)? Quais são as interfaces dos protagonistas com outras esferas sociais, notadamente a política, a economia e os setores intelectuais? Há imposição de práticas jornalísticas que se tornam dominantes, tornando a posição do jornal hegemônica nesse espaço?”

Do ponto de vista sociológico, as disputas pelo monopólio simbólico da prática jornalística legítima podem ser situadas em um espaço social de produção de sentidos. A partir dessa consideração prévia, a pesquisa toma como **hipótese** a questão da *(1) formação de um campo de produção da prática jornalística no Brasil redemocratizado*. Tal concepção espacial pode ser compreendida, segundo Pierre Bourdieu, como marcada por uma estrutura de posições (ou de postos) cujas propriedades se relacionam de maneira sinérgica com as disposições dos agentes situados nesses espaços (cf. BOURDIEU, 2010 [1972]). Para o sociólogo, o uso da noção de campo, no início da pesquisa sociológica, serve para orientar uma “postura teórica geradora de escolhas metódicas, tanto negativas como positivas, na construção dos objetos” (BOURDIEU, 2010 [1992], p.207).

A questão acima deriva do levantamento bibliográfico preliminar apresentado e também da leitura geral sobre o significado do “Projeto” junto aos agentes envolvidos no jornalismo do período, que o consideram como padronizador de uma outra forma de fazer jornalismo no país, diferente da que a precedeu¹⁹. Desse modo, gostaria também de *(2) analisar as diretrizes defendidas por Otávio Frias Filho durante a redemocratização do país, buscando compreender se tais princípios teriam realmente contribuído para o estabelecimento de um novo sentido da prática jornalística. Com isso, pretendo também interrogar até que ponto tal concepção interfere na sociedade brasileira durante o processo de redemocratização, e em que medida contribui para a manutenção da ordem social*.

Considerando os argumentos aqui apresentados de que o caso paulista da *Folha*, no período que nos ocupa, teria assumido uma posição dominante em relação aos outros jornais brasileiros, servindo de orientação para posteriores mudanças do espaço jornalístico, parece válido utilizá-lo como recorte inicial para compreender algumas das transformações ocorridas durante a redemocratização do país. Vale ressaltar, como o faz Bourdieu (2010 [1984]), que os grupos dominantes não garantem sua legitimidade apenas pela ação direta exercida por um conjunto de agentes investidos de poderes de coerção,

¹⁹ Além dos autores anteriormente citados, outros também corroboram tal afirmação: COSTA (1991), BORIN (1993), ARBEX (2001) e PILAGALLO (2012).

mas sim por meio de um “conjunto complexo de ações que se engendram na rede cruzada de limitações que cada um dos dominantes, dominado assim pela estrutura do campo através do qual se exerce a dominação, sofre de parte de todos os outros” (Ibid., p.52). Nesse sentido, com esta pesquisa pretendo contribuir na *(3) reconstrução das posições ocupadas pelos agentes envolvidos no “Projeto”, bem como de suas disposições – sentido de orientação social, aspirações, visão de mundo – por meio do constructo bourdieusiano de campo*²⁰. A ideia de campo, aqui tomada como hipótese de trabalho, pressupõe que a análise do jornalismo brasileiro da segunda metade da década de 1980 pode indicar certas relações de disputa por monopólios, lutas, estratégias, interesses e lucros simbólicos específicos.

Referências Bibliográficas

ABRAMO, Cláudio: **A regra do jogo**: o jornalismo e a ética do marceneiro. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ARBEX Jr., José. **Showrnlismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001. BOLTANSKI, Luc. **Rendre la réalité inacceptable**. À propos de “La production de l’idéologie dominante”. Paris: Éditions Demopolis, 2008.

_____; CHIAPELLO, E.. **O Novo Espírito do Capitalismo**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009 [1999].

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática**. Precedido de três estudos de etnologia cabila. Lisboa: Celta Editora, 2010 [1972].

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989 [1977].

_____. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 2010 [1984].

_____. L’Illusion biographique. In: **Actes de la recherche en sciences sociales**, v.62/63, juin, 1986.

_____. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 2010 [1992].

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

²⁰ “Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias” (BOURDIEU, 1997, p.57).

BOURDIEU, Pierre ; BOLTANSKI, Luc. La production de l'idéologie dominante. In: **Actes de la recherche en sciences sociales**. Vol. 2 n°2-3, juin 1976.

BOUVERESSE, Jacques. **Schmock ou le triomphe du journalisme**: la grande bataille de Karl Kraus. Paris : Seuil, 2001.

BORIN, Jair. **Imprensa: Empresas e Negócios**. Um perfil quantitativo do mercado da notícia no Brasil. SP, ECA/USP, Tese de Livre-Docência, 1993.

CAPELATO, Maria Helena; MOTA, Carlos Guilherme. **História da Folha de S. Paulo (1921-1981)**. São Paulo: Impres, 1981.

_____. “História da Folha: as diferentes etapas” In: NESTROVSKI, Arthur (org.) **Um país aberto**: reflexões sobre a Folha de S. Paulo e o jornalismo contemporâneo. São Paulo: Publifolha, 2003.

CARDOSO, Fernando Henrique. “O papel dos empresários no processo de transição: o caso brasileiro” In: **Dados: Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, 1983.

CARTA, Mino. Prefácio. In ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**: o jornalismo e a ética do marceneiro. São Paulo : Companhia das Letras, 1989.

CHAMPAGNE, Patrick. « La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message ». In: **Revue française de sociologie**. 1971, 12-3. pp. 406-430.

_____. **Formar a opinião**: novo jogo político. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. “L'étude des médias et l'apport de la notion de champ”. In: PINTO, Éveline (dir.) **Pour une analyse critique des médias**: le débat public em danger. Bellecombe-em-Bauges : Éditions du Croquant, 2007.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2006.

COSTA, Caio Túlio. **O relógio de Pascal**. A experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira. São Paulo: Siciliano, 1991.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e televisão. São Paulo: Companhia das Letras, 1995 [1990].

FERNANDES, Florestan. **A contestação necessária**: retratos intelectuais de inconformistas e revolucionários. São Paulo : Ática, 1995.

FOLHA. **Manual de Redação da Folha de S. Paulo**. São Paulo: PubliFolha, 2001.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. São Paulo: Global, 2010 [1963].

FOLHA. A Folha depois da campanha diretas-já. In: **Projeto editorial**. São Paulo, 1984.

FRIAS FILHO, Otávio. “Vampiros de papel”. **Folha de S. Paulo**. São Paulo: Folhetim, 1984.

_____. Entrevista. **Revista Imprensa** n.1 Vol.1. São Paulo: Imprensa Comunicação, 1987.

_____. “Prefácio”. In: SILVA, Carlos Eduardo Lins. **Mil Dias: Seis Mil Dias Depois**. São Paulo: PubliFolha, 2005.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984 [1962].

HALIMI, Serge. **Os novos cães de guarda**: Petrópolis : Vozes, 1998.

KRAUS, Karl. **Ditos e Desditos**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica**: ética no jornalismo brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

LACERDA, Carlos. **A missão da imprensa**. São Paulo: Com-Arte / Edusp, 1990 [1950].

LEMIEUX, Cyril. “Mauvaise presse: une sociologie de la faute journalistique dans la France des années 1980-1990”. In: **Revue Camerounaise de Science Politique**, volume 5 n°1, 1998.

_____. **Mauvaise presse**. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques. Paris: Métailié, 2000.

_____. “Une critique sans raisons? L’approche bourdieusienne des médias et ses limites”. In: LAHIRE, Bernard (coord.). **Le travail sociologique de Pierre Bourdieu**: dettes et critiques. Paris: Découverte, 2001

MARCONDES FILHO, Ciro. **Capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo, 1983.

MELO, José Marques de. **Sociologia da Imprensa Brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1973.

_____. **Teoria do jornalismo**: Identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia: um produto à venda**. Jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Editora Alfa-Omega, 1978.

MESQUITA, Patricia Maria. **Retrato de uma redação**. São Paulo: LA2 Produção e Comunicação, 2002.

MICELI, Sérgio. “Condicionantes do Desenvolvimento das Ciências Sociais no Brasil (1930-1964)”. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 2, n.5, p. 5-26, 1987.

NASSIF, Luís. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Futura, 2003.

NEVEU, Erik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

NIEMIETZ, César. Ensino profissional e doxa intelectual. **Relatório de pesquisa FAPESP**/processo 2011/090936. Orientação; Ana Paula Hey. São Paulo, 2012.

NIZAN, Paul. **Les chiens de garde**. Paris : François Maspero, 1960.

PILAGALLO, Oscar. **História da imprensa paulista**. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

PINTO, Louis. **Le café du commerce des penseurs**: à propos de la doxa intellectuelle. Bellecombe-en-Bauges: Éditions du croquant, 2009

_____. “La doxa intellectuelle”. In: **Actes de la recherche em sciences sociales**, v. 90, n. 90, PP 95-103, 1991.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Folha explica: Folha**. São Paulo: Publifolha, 2012.

REVISTA do **Instituto Histórico Geográfico Brasileiro**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1908.

ROSSI, Clóvis. **Vale a pena ser jornalista?** São Paulo: Moderna, 1986.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal**. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

_____. “Romantismo e industrialização”. In: SINGER, A. et al. **Seminário de Jornalismo**. São Paulo: Folha, 1986.

SINGER, André et al. **Seminário de Jornalismo**. São Paulo: Folha, 1986

SEVCENKO, Nicolau. In: FOLHA. **Primeira página**: Folha de S. Paulo. São Paulo: Folha, 1985.

TASCHNER, Gisela. **Folhas ao vento**: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1992.

WEBER, Max. “Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa”. In: **Lua Nova**. São Paulo, n. 55-56, 2002.